

ЗНАЧЕННЯ ТА ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ ON - LINE РЕПУТАЦІЄЮ

*к.е.н., ст. викл. Карпіщенко О. О.,
студент гр. УД-71маг Дериколенко А. О.*

Репутація компанії є безпосереднім, ефективним, механізмом соціального контролю і діє на всіляких рівнях співтовариства - від індивідуального до суспільного. На сьогоднішній день на одному рівні з пропагандою, PR та іншими інструментами управління репутацією розглядають SERM.

SERM (Search engine reputation management) - пошукове управління репутацією компанії, продукту або людини, поєднує в собі традиційне управління репутацією в онлайні і механізми пошукової оптимізації. Метою SERM є очищення пошукової видачі від негативних або небажаних згадок про людину, компанії, бренд, продукт.

Пошукове управління репутацією допомагає:

- підтримувати позитивну репутацію в майбутньому;
- видаляти негативну інформацію з перших сторінок видачі пошукових систем;
- опускати негативні відгуки та коментарі у списку пошуку так, що вони не будуть видні вашим клієнтам або майбутнім покупцям;
- відстежувати on-line репутацію.
- створювати позитивну репутацію компанії, продукту або послуги.

На сьогоднішній день в Україні з'явилась велика кількість SERM – агентств, які, орієнтуючись на західний досвід, намагаються працювати з вітчизняними підприємствами. Орієнтуючись на український on-line простір, можна виділити 5 базових принципів управління репутацією в Інтернеті:

1. репутація – це в першу чергу відповідальність за викладену інформацію, її своєчасність і правдивість;
2. відстеження думок шляхом моніторингу пошукової видачі;
3. над створенням позитивної репутації необхідно працювати;
4. на будь – які відгуки необхідно швидко і своєчасно реагувати;
5. витіснення негативного контенту з поля зору потенційних клієнтів.

Поняття «управління діловою репутацією» закономірно прийшло на зміну такому формулюванню, як «створення репутації». Думка про компанії складається на підставі тієї інформації, яку отримує ринок. Управління діловою репутацією спрямоване на отримання стабільно високого доходу.

Послуга управління іміджем і репутацією отримує все більшу популярність, оскільки у бізнес-середовищі обертається безліч компаній, що конкурують між собою.

